

経済産業省・IoT推進ラボが共催する 「第2回ビッグデータ分析コンテスト」で 売上予測部門最高予測精度賞を受賞

現在、IoT (Internet of Things) の進歩が日々の生活やビジネスの在り方を大きく変えようとしている。IoTとは現代社会を構成する様々な「モノ」を、ネットワーク化し、利便性や効率化などを図る「モノのインターネット」を構築することである。この産業活性化を目的として、革新的なデータ分析事例・アイデアを広く公募するために、2015年度から経済産業省・IoT推進ラボ共催で、実施しているのが「ビッグデータ分析コンテスト (Big Data Analysis Contest)」である。2016年度・第2回のテーマは「流通・小売」、部門は予測モデル構築と説明変数の設計を目的とした売上予測部門と売れる商品特性の解明と新たな健康菓子のアイデアを求める新商品開発部門。分析データ (健康菓子シリーズ・全26種類、オリジナル菓子シリーズ・全47種類のPOS・商品特性データ) はコンビニエンスストアのローソンから提供された。本学文化情報学部4年次生 (受賞時3年次生) の後藤智紀さん、藤澤将広さんのチームは、売上予測部門において最高予測精度賞を獲得。社会人や大学院生が多数を占める150チームの中で、学部生が受賞したことも大きな話題となった。この快挙が高く評価され、2016年度の同志社総長賞にも選出された。

2人は3年次生の時に、宿久洋文化情報学部教授のデータサイエンス科目・数理統計Ⅱの講義で出会い、宿久教授の勧めで昨年7月に本コンテストへの応募を決めた。初期の段階で店舗の立地エリア、原材料、商品説明文に含まれる単語を抽出するという着想を得る。続けてデータを可視化し、多角的な視点から考察。最高の精度予測が見込める独自の切り口を探究する。連日、深夜まで熱い議論を重

ね、全力を傾注したという。その後、統計的手法や機械学習などを分担して作業を推し進め、売上に大きく影響している要因を絞り込む。店舗立地のエリア、顧客の性別・年齢、商品のカロリーなどの栄養素である。本コンテストは応募期間中であれば、逐次表示される順位を確認しながら提出した予測モデルを再考し、精度を高めていける方式が取られていた。その順位に一喜一憂しながら応募を繰り返し、最終提出は締切日の日付が変わる直前だった。

「真夜中に後藤君から電話があり、僕たちのチームが1位だと知りました。全力を出し切ったと感じる半面、他の参加者の方々は優秀だったので、上位に残れるかとても不安でした。だから、本当に飛び上がるほどうれしかった。そして、データ分析は実に奥が深いと思いました」と、藤澤さんは当時をふり返る。授賞式は幕張メッセで開催された。その時の感激を後藤さんは「僕は宿久教授の統計科学研究室に1年次生の時から参加し、積極的に様々なテーマに取り組んできました。それが実を結んだと思うと、本当にうれしかった。宿久教授にも心から感謝しています」と感慨深げに語る。また、今年3月に表彰式が行われた同志社総長賞について藤澤さんは「身に余る光栄です。この賞に恥じないようにこれからも頑張りたい」、後藤さんは「同時に受賞したのは、世界で活躍している方々ばかりで、その中に入れて感激しました」と話す。今春から2人は志望していた統計科学研究室に所属し、切磋琢磨の日々を送っており、世界各国のデータサイエンティストが競うデータコンペティション世界大会「Kaggle」にもチームを組んで挑みたいと今後の目標を語ってくれた。



後藤 智紀さん

藤澤 将広さん



後藤 智紀さん 藤澤 将広さん
【文化情報学部 4年次生】

